

TARTU ÜLIKOOLI VILJANDI KULTUURIKADEEMIA

Kultuurhariduse osakond

kultuurikorralduse õppekava

Marili Niidumaa

Majanduskonverents „ÄRIPLAAN 2017“

Loov-praktiline lõputöö

Juhendaja: Jana Karilaid, kultuurikorralduse MA

Kaitsmisele lubatud.....

(juhendaja allkiri)

Viljandi 2017

SISUKORD

SISSEJUHATUS.....	4
1. ORGANISATSIOONI KIRJELDUS.....	6
1.1. Organisatsiooni lühikirjeldus.....	6
1.2. Organisatsiooni missioon, visioon, eesmärk ja tegevusala.....	7
1.3. Organisatsiooni struktuur	8
2. „ÄRIPLAAN 2017“ ANALÜÜS.....	12
2.1. „Äriplaani“ konverents	12
2.2. „Äriplaani 2017“ eesmärgid	14
2.3. „Äriplaani 2017“ konverentsi sihtgrupid.....	15
2.4. Korraldusprotsess ja meeskond	16
2.5. Eelarve ja selle täitmine.....	22
2.6. Turundus ja reklaam	25
2.7. Riskianalüüs.....	27
2.8. „Äriplaani“ sotsiaalmajandusliku mõju analüüs.....	29
2.9. „Äriplaani“ – külastatavus ja tulevik	29
3. REFLEKSIOON	31
KOKKUVÕTE.....	34
KASUTATUD ALLIKAD.....	35
LISAD	37

Lisa 1. Konverentsi üldreklaam. Ilmunud Äripäeva paberlehes.....	37
Lisa 2. „Äriplaani“ esineja reklaam, ilmunud Äripäeva paberlehes	38
Lisa 3. Äripäeva veebis ilmunud <i>welcome-banner</i>	39
SUMMARY	40
LIHTLITSENTS	41

SISSEJUHATUS

Majandusajaleht Äripäev on Eesti suurim ärikliendile suunatud konverentside tegija, korraldades aastas ligi 350 majandusteemalist sündmust, kattes seejuures erinevad majandussektorid ja sihtrühmad ning pakkudes eriilmelisi sündmuste formaate – koolitused, konverentsid, seminarid, õpitoad, veebiseminarid. (Äripäeva e-pood 2017)

Äripäeva toimetust pakub peamiselt ühepäevaseid konverentse, seminare ja koolitusi. Nende toimumiskoht on peamiselt Tallinn. Äripäeva seminaride ja konverentside eesmärk on pakkuda ettevõtjatele olulistel teemadel infot ning õpetada, kuidas teha õigeid valikuid ja olla edukas. Äripäeva sündmus on praktiline, kohalikku kogemust vahendav, efektiivne ja asjalik. Korraldajad taotlevad, et osaleja leiaks igal üritusel endale vähemalt kaks head ideed, mida paari nädala jooksul ellu viia või arendada. (Konverentsikeskus 2017)

Äripäeva jaoks on konverentsiäri tähtis, sest see on kõige kiiremini kasvav äri, millega tegeleb järjest rohkem maailma suuri meediakontserne. Konverentsid on olulised, sest toovad inimesed internetist välja ja pakuvad rohkem vahetut suhtlust. (Stadnik 2014)

Autorit ajendas teemat valima muu hulgas tema töö – autor juhib Äripäeva konverentside toimetust ja tema töökohustuste hulka kuulub ka „Äriplaani“ konverentsi kavandamine, elluviimine ja toimuva analüüsimine. Konverentsil räägivad kõnelejad oma ettevõtte eesoleva majandusaasta plaanidest – kuhu investeerida, mida ärijuhtimises muuta, milline on ootus ärisektorile ja majanduskeskkonnale. „Äriplaani“ konverentsi programmi koostamisel lähtutakse Äripäevas valitsevast mentaliteedist, et osaleja leiaks üritusel endale vähemalt kaks head ideed, mida ettevõttes ellu viia või arendada.

Eesti konverentsiturg on väga konkurentsitihe. Ettevõtete koolituseelarved, mille sisse käib tihti ka konverentside osalus, on piiratud. Viimastel aastatel pole turu maht kasvanud, pigem jaotuvad tulud konkurentide vahel ümber. 2014. aasta seisuga olid Äripäevale teadaolevalt ärikonverentsiturul kõige suurema osakaaluga Äripäeva konverentsid (46%). Balti

Juhtimiskonverents OÜ ehk Pärnu Konverentside turuosa oli 22%, Eesti Koolitus- ja Konverentsikeskuse turuosa oli 14%, Konfera turuosa oli 7% ning järgnesid väiksemad tegijad, kellest paljud enam praegu ei tegutse. (Eesti ärikonverentsi turg 2014) Kuni 2014. aasta oktoobrini olid Pärnu Konverentsid eraldi ettevõtte – Balti Juhtimiskonverents OÜ, kuid siis müüdi kaubamärk ASile Äripäev (Pärnu Konverentsid liitub ... 2014).

1. ORGANISATSIOONI KIRJELDUS

Peatükis kirjeldab ja analüüsib autor Äripäeva kui organisatsiooni, selle missiooni, visiooni, eesmäärke ja tegevusalasid.

1.1. Organisatsiooni lühikirjeldus

ASi Äripäev teatakse eeskätt alates 1989. aastast ilmuva majanduslehe Äripäev järgi. Äripäeva toimetus on enamjaolt keskendunud majandusteemalise sisu tootmisele

Äripäeva asutasid Tallinnas 1989. aastal Rootsi meediakontsern Bonnier ja Eesti firma Mainor. Esimene Äripäev ilmus 9. oktoobril 1989. Kuni maini 1992 ilmus Äripäev ühe korra nädalas, veebruarini 1996 kolm korda nädalas ning alates sellest ajast viis korda nädalas (esmaspäevast reedeni). Alates 1997. aasta maist on Bonnier kontsern Äripäeva ainuomanik. Alates septembrist 2007 on ajalehe peatoimetaja Meelis Mandel. ASi Äripäev peadirektor on alates septembrist 2007 varasem peatoimetaja Igor Rõtov.

Ajalehe Äripäev kirjastaja on AS Äripäev. Lisaks Äripäevale ja selle lisadele annab AS Äripäev välja venekeelset majandusteemalist nädalalehte Delovõje Vedomosti, üle kahe nädala ilmuvat arstide ajalehte Meditsiiniuudised ning ajakirjasid Raamatupidamise Praktik, Personali Praktik, Kaja, Ehitaja ja Stroitel. Peale ajalehtede ja ajakirjade kirjastab AS Äripäev käsiraamatuid ja infolehti, annab välja majandus-, ajaloo- ja teadusraamatuid, korraldab seminare, konverentse ja koolitusi ning hoiab käigus B2B-otsustajatele mõeldud eriala uudissaite: www.mu.ee, www.terviseuudised.ee, www.ehitusuudised.ee, www.personaliuudised.ee, www.raamatupidaja.ee, www.pidupaev.ee, www.logistikauudised.ee, www.palk.aripaev.ee, www.bestmarketing.ee, www.ituudised.ee, www.pollumajandus.ee, www.bestsales.ee, www.sekretar.ee, www.kaubandus.ee, www.kinnisvarauudised.ee, www.toostusuudised.ee,

www.finantsuudised.ee, www.konverentsid.ee Alates 2010. aasta novembrist kirjastab AS Äripäev kuukirja Imeline Teadus, alates 2011. aasta oktoobrist kuukirja Imeline Ajalugu ning alates 2016. aasta mai kuust ajakirja National Geographic. (Äripäeva veeb 2017)

1.2. Organisatsiooni missioon, visioon, eesmärk ja tegevusala

Ettevõtte missiooni sõnastus on organisatsiooni olemasolu vajalikkuse sõnastus (Leimann, Skärvad & Teder 2003, lk 76). Missioonis ei kajastu mitte omanike või juhtide kesksed eesmärgid, vaid see, mida pakutakse oma tarbijatele või ka ühiskonnale laiemalt (ibid, lk 76). Missiooni sõnastus ei peaks olema liiga kitsas ega liiga lai, ta peaks olema realistlik, spetsiifiline ja välja tooma organisatsiooni tugevused. Eelistada tuleks lühikesi ja tabavaid sõnastusi pikkadele ja keerulistele. Hea oleks, kui missioon oleks ühelauseline. (ibid, lk 78). Äripäeva missioon on sõnastatud Äripäeva Intranetis. „Missioon. Miks me oleme? Meie missioon on olla vajalik ettevõtlikule inimesele ja muuta ühiskond seeläbi jõukamaks ja paremaks.“ (Äripäeva intranet 2017) Võrreldes Äripäeva missiooni eelkirjeldatud teooriaga, leiab autor, et selles on aru saada organisatsiooni vajalikkus ja see, milliseid väärtusi tarbijale luuakse. Lisaks on missioon kompaktne ja meeldejääv. Küll aga ei kajastu Äripäeva missioonis organisatsiooni tugevused.

Visioon peegeldab ettevõtte strateegilisi kavatsusi. See on ettevõttespetsiifiline suunanäitaja, mis on teadvustatud tervele meeskonnale. Visioon peab aitama organisatsioonil (ettevõtjal) keskenduda olulisele, mis viib pikaajalise eesmärgi realiseerimisele. (Kreegimägi 2010) Äripäeva intranetis on visioon sõnastatud järgnevalt: “Visioon. Kuhu tahame jõuda? Äripäeva visioon on luua Eestisse maailma parim ettevõtluskeskkond.” (Äripäeva intranet 2017) Visioon hõlmab endas organisatsiooni olemuse ideaali, kuid konkreetseid strateegilisi kavatsusi see ei peegelda. Küll aga on visioon ambitsioonikalt sõnastatud, selge suunanäitaja ja üheselt mõistetav.

„Organisatsiooni ja grupi määratlemisel on üks peamine tunnus eesmärgid, mis seovad üksikud grupid ja selle kaudu inimesed organisatsiooniks“ (Vadi 2000, lk 258). „Organisatsiooni eesmäärke võib kõige üldisemalt defineerida kui tulevast seisundit, mida ettevõttes saavutada tahetakse. Organisatsiooni eesmärgid võib jagada järgmiselt:

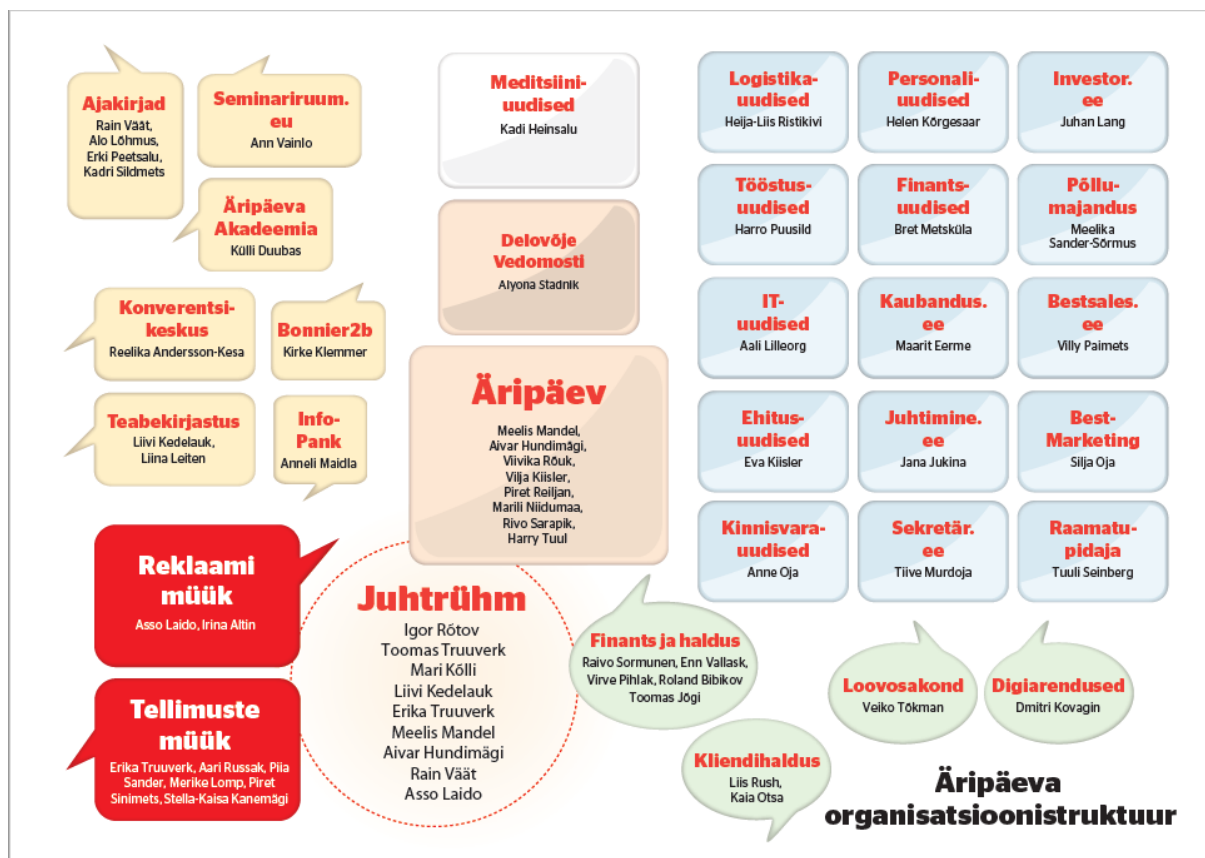
- 1) Ettekujutuslikud eesmärgid ehk organisatsiooni juhtide nägemus sellest, kuhu tahetakse jõuda. Need on organisatsiooni seisukohast kõige olulisemad eesmärgid.
- 2) Saavutatavad eesmärgid ehk eesmärgid, millele kindlat saavutamise aega pole määratud.
- 3) Vahetud eesmärgid ehk eesmärgid, mis on planeeritud kindlaks ajaks.“ (Kreegimägi 2010)

Äripäev on sisedokumentides sõnastanud AS Äripäeva eesmärgi järgnevalt: „Meie eesmärk on toetada ettevõtlike inimeste arengut ja ettevõtete kasvu.“ (Äripäeva organisatsioonireform 2016) Vadi järgi aitab see eesmärgi sõnastus Äripäeva üksikud divisjonid ja selle kaudu inimesed organisatsiooniks siduda. Autor järeldab, et tegu on ettekujutusliku eesmärgi ehk Äripäeva juhtide nägemusega sellest, kuhu tahetakse jõuda. Autor väidab, et seda Äripäeva eesmärki aitab saavutada ka „Äriplaani“ konverents, kuid sellest räägib autor täpsemalt järgnevates peatükkides.

1.3. Organisatsiooni struktuur

„Organisatsiooni struktuur kirjeldab traditsiooniliselt viisi, kuidas organisatsioon on jaotatud töörühmadeks ning kuidas on korraldatud aruandlus ja võimusuhted, mis seovad organisatsioonis töötavaid üksikisikuid ja rühmi. Struktuuri mõte on selles, et igale töörühmale tekib oma identiteet, samuti tõhustab see üksikisikute ja rühmade omavahelist kommunikatsiooni. Struktuuri ülesanne on korraldada organisatsiooni liikmete tööjaotust nii, et igaühe panus oleks organisatsiooni eesmärkide saavutamisel rakendatud parimal viisil.“ (Brooks 2006, lk 200–201) „Divisjonilisele ehk jagusa struktuuri puhul luuakse osakonnad, mis vastutavad ühe toote iga etapi eest alates materjali ostmisest ja tootmisest kuni müügini.“ (Brooks 2008, lk 206).

Äripäevas on divisjone 32, mille tegevust juhib üksuse juht. (vt joonis 1.1) Äripäev kirjeldab oma toimimist järgnevalt: „Äripäev on kujunenud Eesti juhtivast majandusajalehest mitmekesiseks juhtidele ja ettevõtlikele inimestele suunatud toodete ja teenuste pakkujaks. Saavutatu hoidmiseks ja hoogsaks arenguks on meil vaja väga hästi toimivat organisatsiooni ning selle võti on suurepärased töötajad, keda liidab tugev võtmeisikute võrgustik. Meie organisatsioonist rääkides kasutame kõige sagedamini sõna koostöövõrgustik. Soovime, et kõik meie töötajad veaksid kogu jõu ja kindla käega üht vankrit!“ (Äripäeva Intranet 2017)

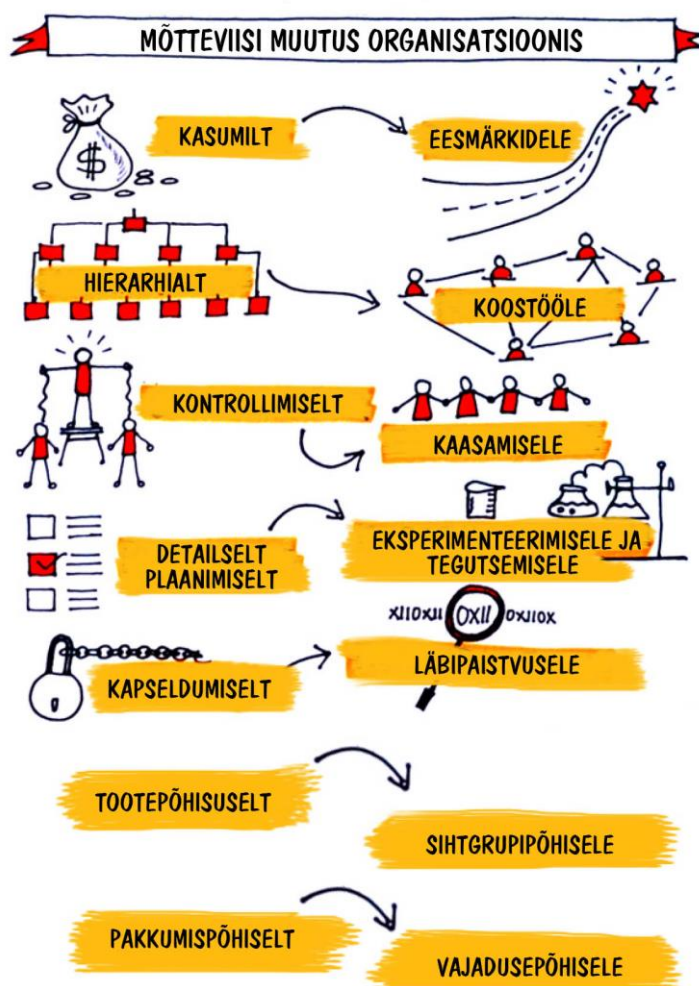


Joonis 1.1 Äripäeva organisatsioonistruktuur. (Allikas: Äripäeva intranet)

„Meie organisatsiooni ülesehituse aluseks on sihtgrupid ja kliendipõhisus ärilises mõtlemises. Äriline koordineerimine on koondatud segmendijuhtide kätte. Neid omakorda toetavad müügi- ja koostööüksused, mille ülesanne on osaleda tööprotsessis professionaalse oskusteabega. Nii saame parimal moel ühendada tegevustes kliendivajaduste tundmise, oskused ja efektiivse elluviimise. Just kiirus ja asjade elluviimine on meie tüüpi ettevõtetes tänapäeval äärmiselt oluline. Nimetame seda kultuuripõhiseks juhtimiseks, mis väldib teadlikult nii hierarhiaid kui ka maatrikseid. Iga üksuse juhti toetab valikute tegemisel 3–5-liikmeline nõukoda, mis koosneb laiapõhjaliselt erinevatest võtmetöötajatest. Nõukogu liikmed valib nõukoja esimees koos üksuse juhiga vabatahtlikkuse ja vastastikuse sobivuse põhimõttel. Nõukodade eesistujateks on oma põhitöö kõrvalt kogenud, laiapinnaliselt ettevõtet tundvad juhid, kelle ülesandeks on üksuste juhtidega lepingute haldamine, nende toetamine ja koostöö kindlustamine. Koostöövõrgustik aitab muuta otsustusprotsessid igal tasemel kiiremaks ja tulemuslikumaks. Pakume andekatele inimestele võimalust eneseteostuseks ja oleme nii tööandjana atraktiivsemad. Töö on põnevam ja vastutus esmatasandil suurem. Igauhe panusest sõltub, kas koostöö erinevate üksuste vahel on ladus ning sünergiate leidmine eri üksuste vahel loomulik.

Meie ettevõtte on kui üksikutest töögruppidest ja inimestest koosnev, kuid ühtsena toimiv ja tegutsev organism.“ (ibid)

Lisaks hästi sõnastatud eesmärkide püstitamisele on eduka organisatsiooni aluseks toimiv struktuur. Struktuur on viis, kuidas organisatsioon on jaotatud tööühmudeks ning kuidas on korraldatud aruandlus ja võimusuhted, mis seovad organisatsioonis töötavaid üksikisikuid ja rühmi (Brooks 2006, lk 201). Ei ole oluline, kas tegemist on suure või väikse organisatsiooniga, igal juhul on inimesed selles jagunenud teatud alustel hierarhiasse. See, milline on iga organisatsiooni struktuur, sõltub peamiselt tema suurusest, strateegiast, tehnoloogia kasutusest, võimuulatusest ja ärikeskkonnast (Brooks 2006, lk 214). R. Alase järgi (2008) on organisatsioonistruktuuril keskne koht ettevõttes – see aitab kaasa eesmärkide täitmisele, strateegia elluviimisele ja selle kaudu ühelt poolt innovatsiooni toetamisele ja teiselt poolt ettevõtte arenguvõimaluste realiseerimisele.



Allikas: Tanmay Vora, QAspire.com

Joonis 1.2 Äripäeva filosoofia oma organisatsiooni juhtimisest. (Allikas: Äripäeva intranet)

Autor, analüüsid eeltoodud teooriat ja Äripäeva kirjeldust oma organisatsiooni struktuuri kohta, annab hinnangu, et Äripäevas on keskkond innovatsiooni toetamiseks ning igale divisjonile on tagatud võimalus ja sealjuures ka vastutus oma divisjoni tulemuste eest seista. Äripäeva struktuur tõhustab üksikisikute ja rühmade vahelist diskussiooni.

2. „ÄRIPLAAN 2017“ ANALÜÜS

Äripäeva jaoks on konverentsiäri tähtis, sest see on kõige kiiremini kasvav äri. Enamik maailma suuri meediakontserne tegutseb konverentsiäris. (Stadnik 2014) Äripäeva konverentsid, seminarid ja koolitused on peamiselt ühepäevased. Nende asukoht on peamiselt Tallinn. Äripäeva seminaride ja konverentside eesmärk on pakkuda ettevõtjatele olulistel teemadel infot, näites selle kohta, kuidas teha õigeid valikuid ja olla edukas. Äripäeva seminar on praktiline, kohalikku kogemust vahendav, efektiivne ja asjalik. Korraldajad taotlevad, et osaleja leiaks igal üritusel endale vähemalt kaks head ideed, mida paari nädala jooksul ellu viia või arendada. (Konverentsikeskus 2017)

Äripäeva konverentside turuosa on 68%, mis teeb Äripäevast ülekaaluka turuliidri. (Eesti ärikonverentsi turg 2014) Äripäev korraldab aastas sadu ärisündmusi. Äripäeva konverentside lipulaev on iga-aastane tulevikku vaatav konverents „Äriplaan“, mis toob igal sügisel kokku riigi ärieliidi. (Bonnier. Business to Business 2017)

Peatüki alapeatükkides annab autor ülevaate „Äriplaan 2017“ projekti eesmärkidest, kirjeldab sihtgruppi ja meeskonda ning annab ülevaate, mil moel konverentsi turundati. Autor, arvestades et tegu on eraettevõtte sündmusega, mille üks eesmärk on teenida tulu, ei soovi ärisaladuse hoidmise eesmärgil avaldada eelarve ja turundusplaani detaile, küll aga annab ülevaate eelarve rentaabluusest ja mõningatest tegevustest, mida konverentsi turundamiseks rakendati.

2.1. „Äriplaani“ konverents

Majanduskonverents „Äriplaan“ on toimunud alates aastast 1999, olles seega Eesti pikima ajalooga majanduskonverents. „Äriplaani“ kontseptsioon on 18 tegutsemisaasta jooksul püsinud muutusteta – Eesti kapitalil põhinevate ettevõtete suuromanikud räägivad oma ootustest ja hirmudest järgmiseks aastaks. Konverents on praktiline ja otsekohene – annab

suuniseid oma ettevõtte järgmise aasta eelarve ja äriplaani koostamiseks ja (investeeringis-)otsuste tegemiseks ning on seejuures majandus-, mitte juhtimiskonverents, keskendudes reaalsele Eestiga seotud majanduskogemusele. (Äripäeva ajalugu 2017)

„Äriplaan“ on juhtidele ja omanikele suunatud pika ajalooga konverents. „Äriplaan“ on ühepäevase formaadiga, „Äriplaani“ osalejate arv ulatus 2016. aastal pea 600 inimeseni. „Äriplaani“ programm koosneb ettekannetest ning arutlusringidest, kõnelejateks on ettevõtete omanikud ning traditsiooniliselt annab riigi plaanidest ning majanduskeskkonnast ülevaate vastavalt majandusminister ning Eesti Panga direktor (Konverents Äriplaan 2016).

Autor toob esile, et „Äriplaani“ konverentsi teeb unikaalseks asjaolu, et konverentsil kõnelevad eranditult ettevõtete omanikud, mitte palgatöötajad. Konkureerivaid sündmusi, mille sihtgrupiks oleks sarnaselt „Äriplaani“ konverentsiga juhid ja omanikud ning mille programmi moodustaksid eranditult ettevõtete omanikud, 2017. aasta kevade seisuga ei ole. Toimub küll ärisündmusi, mis oleks suunatud otse juhtidele ja omanikele, kuid selliseid, mis oleks valdkonna-üleised, on vähe. Äripäevas on ainuke selletaoline Pärnu Juhtimiskonverents.

Pärnu Juhtimiskonverents on vanim juhtidele suunatud konverents Eestis (Kust me ... 2017). Teine konkurent on Nordic Business Forum, mille eesmärk on saada aastaks 2021 maailma suurimaks ning mõjuvõimsaimaks äri- ja juhtimiskonverentsiks. Nordic Business Forumi teeb erakordseks see, et kohal on üle kogu maailma tuntud kõne- ja ärimehed. 2015. aastal oli Nordic Business Forumil 5500 osalejat, nende hulgas üle 600 Eesti juhi (Tamm 2015).

Nordic Business Forumi esimene konverents toimus aastal 2009 ja praeguseks on nende konverents kasvanud üheks olulisemaks ärikonverentsiks Euroopas, kus lisaks Soome kohalikule meeskonnale on täiskohaga töötajad ka Eestis, Venemaal, Rootsis ja Norras (History 2017).

Autor järeldab, et kuigi Nordic Business Forum ei toimu Eestis, on see „Äriplaanile“ siiski väga oluline konkurent – nad tegutsevad aktiivselt Eesti turu kaasamise suunal ning nii suur eestlastest osalejate arv näitab, et nendega tuleb Eesti turul tegutsedes arvestada. Olgugi et nii Pärnu Juhtimiskonverentsi kui ka Nordic Business Forumit peetakse konkureerivateks sündmusteks, mõistab autor, et igal ühel neist kolmest oma nišš, mis neid üksteisest eristab. Seega väidab autor, et on oluline hoida „Äriplaani“ konverentsi formaati muutmata kujul – jätkata sellega, et programmi kuuluvad Eesti kapitalil põhinevate ettevõtete omanikud, kes räägivad oma äriarendusest ja plaanidest eesseisvaks majandusaastaks.

2.2. „Äriplaan 2017“ eesmärgid

„Selleks, et projekt oleks jätkusuutlik ja toimiv, on üks olulisemaid rolle planeerimine. Planeerimine mõjutab oluliselt projekti tulevikku, sest see kujutab endast süstemaatilist ettevalmistamist ja aitab koordineerida juhi ning meeskonna infovahetust ja eesmärkide arusaadavust ning vähendab töös ebaselgust.“ (Siimon, Türk 2003, lk 132)

„Sündmuse eduka toimumise üheks eelduseks on selle eelnev korralik planeerimine. See on protsess, mille käigus püstitatakse eesmärgid, mille poole püüeldakse, ning tee, kuidas oleks kõige paremini võimalik neid saavutada“ (Mäger 2014).

Nagu eelpool kirjutatud, ei soovi autor, tuginedes ärihuvidele, avalikustada „Äriplaan 2017“ konverentsi strateegilisi eesmärke, küll aga annab autor ülevaate, miks Äripäeva jaoks on „Äriplaani“ konverents oluline, kuidas toimus eesmärgistamine ning millised olid autori kui korraldaja isiklikud eesmärgid.

„Äriplaani“ juhtgrupp seadis 2015. aasta detsembris eesmärgiks saavutada 2016. aastal toimuva konverentsiga parem majandustulemus kui see oli 2015. aastal toimunud konverentsi puhul. Ühtlasi otsustati, et konverentsi formaat ja sisu ei muutu – jätkuvalt kaasatakse valitsuse esindaja ja Eesti Panga direktor ning kutsutakse konverentsil lavale esinema Eesti kapitalil põhinevate ettevõtete omanikud. Äripäeva jaoks on „Äriplaani“ konverents oluline, kuna selle korraldamine loob dialoogiplatvormi ettevõtjate vahel, mis omakorda toob Äripäeva väljaannetesse sisu. Konverentsi korraldamine hõlmab endast ka turundust ja müügitegevusi, millest räägib autor põhjalikumalt punktis 2.6.

Autor, olles saanud 2016. aasta veebruaris konverentside toimetuse juhiks ja olles seega värske juht, seadis endale eesmärgi hoida konverentsi sisu- ja korralduskvaliteeti ja saavutada majanduslikult vähemalt sama tulemus, mis varasemal aastal. Autor soovis seada endale eesmärgid, mille täitmine oleks kindlasti realistlik.

2.3. „Äriplaan 2017“ konverentsi sihtgrupid

Turg ehk tarbijate grupp võib koosneda mitmest alagrupist või segmendist, kus inimesed jagunevad eri gruppide vahel vastavalt sellele, kui sarnased on nende vajadused. Tarbijate segmenteerimiseks tuleb välja selgitada tarbijate üldised omadused, näiteks vanus, sugu või ametiala. Segmenteerimine on oluline, et saaks suunata oma pingutused konkreetsele segmendile, kellele tootega pakkuda suurimat väärtust, arvestades seejuures oma tugevuste ja nõrkustega. (Kuusik, Virk, Aarna, Sepp, Seppo, Mehine, Prinstal 2010, lk 122–126)

„Äriplaan 2017“ konverentsi sihtgrupid olid ettevõtete omanikud, tegev- ja finantsjuhid ning ettevõtluses ja avalikus sektoris tegutsevad ostuvõimelised juhid, kes on huvitatud majanduses laiemalt toimuva vastu. Esmane sihtgrupp oli varasemate Äripäeva „Äriplaani“ ja teiste juhtidele suunatud konverentside osalejad ja riigiasutused. „Äriplaan 2017“ sihtgrupiks oli ka Äripäeva väljaannete lugeja – konverentsi eel ilmusid ajalehes kõikide esinejatega intervjuud päevakajalistel ja majanduslikel teemadel ning täpsemalt nende ettevõtetest. Konverentsile olid oodatud ettevõtete omanikud, et saada nende sektorit puudutavat olulist informatsiooni sektori suurimate ettevõtete omanike käest. Samas olid konverentsile oodatud ka põllumajandussektori ettevõtjad, kuigi ükski konverentsil esineja põllumajandussektoris ei tegutsenud. Oodatud olid kõikide sektorite esindajad, kuna ettevõtluses mõjutavad kõik sektorid üksteist. Oodatud olid ettevõtjad, keda huvitab siinse majanduskeskkonna käekäik – traditsiooniliselt annab riigi äriplaani (maksukeskkonna muutumisest, riigi majandusotsustest) ülevaate valitsuse esindaja ja majandusprognosist Eesti Panga direktor.

„Äripäev on kujunenud Eesti juhtivast majandusajalehest mitmekesiseks juhtidele ja ettevõtlikele inimestele suunatud toodete ja teenuste pakkujaks.“ (Meeskond. Äripäeva veeb. 2017) Äripäeva loevad juhid ja ettevõtlikud inimesed. Äripäeva väljaannetes tehtud kajastuse kaudu jõudis informatsioon „Äriplaan 2017“ konverentsi toimumisest Äripäeva kõikide lugejateni.

Sellest, et „Äriplaani“ jagatakse konkreetseid soovitusi ettevõtete juhtimiseks, annab tõestust 6. oktoobril 2016 Äripäeva lisaväljaandena ilmunud „Äriplaan 2017“ konverentsi erileht, mis annab ülevaate konverentsil kõneldust. (Äriplaan 2017. Eriväljaanne 2016)

2.4. Korraldusprotsess ja meeskond

Projekti tegevused jagunesid ettevalmistus-, korraldus- ja järeletappide vahel. Ajaperioodina kestis projekti korraldus 2015. aasta detsembrist kuni 2016. aasta novembrini.

Meeskond on pidevalt arenev üheskoos töötavate inimeste rühm, kus arutatakse oma eesmärgi, hinnatakse ideid, langetatakse otsuseid ja töötatakse ühiste eesmärkide nimel (Heller 2000, lk 6). Meeskonnatöö muutub organisatsioonides üha eelistatumaks töövormiks, aidates suurendada väljapakutavate ideede hulka ja ergutades uut moodi mõtlema (Alas 2008, lk 121).

Meeskonna arengut iseloomustavad neli arengustaadiumi (Alas 2008, lk 123):

- 1) mittearenenud meeskond,
- 2) eksperimenteeriv meeskond,
- 3) ühinev meeskond,
- 4) arenenud koostöötav meeskond.

Meeskonnaliikme töösse suhtumise määrab tema motivatsioon. Neil, kes on rohkem motiveeritud, kaasneb sagedamini arusaam, et tehtav töö on huvitav ja nõuab eneseteostust. Oma tööga saadakse paremini hakkama ja sellest tuntakse rohkem rõõmu. (Alas 2008, lk 114)

Planeerimise üks osa on tegevuskava koostamine. Tegevuste planeerimise etapid on järgmised (Holm & Jedomskihh & Kasemets & Kasemets & Pikner 2004, lk 70):

- 1) tegevuste järjestuse ja sõltuvuse määramine,
- 2) tegevuste jaotamine ülesanneteks,
- 3) tegevuste grupeerimine ja kestvuse määratlemine,
- 4) vastutajate määramine ülesannetele.

Äripäeva koosseis ei ole ametikohta, mille töökohustuste hulka kuuluks vaid „Äriplaani“ projektiga seonduv. „Äriplaani“ konverentsi meeskond moodustub Äripäeva töötajatest, kelle töökohustuste hulka kuulub lisaks muudele projektidele ka „Äriplaani“ projekt. „Äriplaani 2017“ tegi eriliseks asjaolu, et konverentsi programmi juht oli konverentside toimetuse juht, kes lisaks oli ka „Äriplaani 2017“ projekti juht, kes vastutas üldjuhtimise, müügitegevuste ja programmi juhtimise eest detailideni.

„Äriplaani“ konverentsi meeskonna juhtorganiks oli juhtgrupp, kuhu kuulusid programmijuhid, Äripäeva peatoimetaja, Äripäeva peadirektor, Äripäeva arendusdirektor ja reklaamimüügi projektijuhid, konverentsi korraldusjuht ja loovjuht. Juhtgrupi eesmärk oli olla ühtne keskne juhtimissüsteem.

Tabel 2.1 „Äriplaan 2017“ meeskonna tööjaotus

Meeskonna liige	Vastutusvaldkonnad
<p>Äripäeva konverentside toimetuse juht, „Äriplaan 2017“ programmi juht Marili Niidumaa</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tegevuskava, müügiplaani ja eelarve koostamine ja jälgimine. 2. Suhtlus vastutusvaldkondade juhtidega ja tegevuste kureerimine. 3. Aruandev roll Äripäeva juhtkonna, „Äriplaani“ juhtgrupi ees. 4. Suhtlus potentsiaalsete esinejatega. 5. Suhtlus „Äriplaan 2017“ konverentsi esinejatega; 7. Müügitegevuste kureerimine ja elluviimine. 8. Turundustegevuste kureerimine ja elluviimine. 9. Äripäeva väljaannetes ilmunud (eel-)kajastuse kureerimine ja elluviimine. 10. Konverentsi materjalide planeerimine. 11. Konverentsipäeva lavastuse planeerimine ja elluviimine. 12. Esinejate juhendamine konverentsipäeval. 13. Esinejate tänamine ja tagasiside edastamine. 14. Konverentsi aruandluse koostamine. 15. „Äriplaan 2018“ müük konverentsi päeval ja järel. 16. Tagasiside kogunemine esinejatelt, nende tänamine. 17. Konverentsi tagasiside edastamine osalejatele.

Tabel 2.2 „Äriplaan 2017“ meeskonna tööjaotus

Meeskonna liige	Vastutusvaldkonnad
„Äriplaan 2017“ kaasprogrammijuht	<ol style="list-style-type: none"> 1. Suhtlus potentsiaalsete esinejatega. 2. Suhtlus „Äriplaan 2017“ konverentsi esinejatega. 3. Müügitegevuste kureerimine ja elluviimine. 4. Turundustegevuste kureerimine ja elluviimine. 5. Äripäeva väljaannetes ilmunud (eel-)kajastuse kureerimine ja elluviimine. 6. Konverentsi materjalide planeerimine. 7. Esinejate koostamise koordineerimine. 8. Konverentsipäeva lavastuse planeerimine ja elluviimine. 9. Esinejate juhendamine konverentsipäeval. 10. Esinejate tänamine ja tagasiside edastamine. 11. Konverentsi tagasiside kogunemine esinejatelt ja esinejate tänamine.
Loovjuht	<ol style="list-style-type: none"> 1. Esinejate eelintervjuude tehniline toetamine. 2. Konverentsi reklaamide ja visuaalide tootmine. 3. Konverentsi brändikujunduse planeerimine. 4. Konverentsi lavastuse planeerimine. 5. Konverentsi tehniline tugi teenusepakkujatele.

Tabel 2.3 „Äriplaan 2017“ meeskonna tööjaotus

Meeskonna liige	Vastutusvaldkonnad
„Äriplaan 2017“ konverentsi korraldusjuht	<p>1. Konverentsi teenusepakkujate hinnapakumiste tellimine, teenusepakkujate valimine.</p> <p>2. Suhtlus toimumispaigaga.</p> <p>4. Suhtlus toitlustusettevõtetega ja toitlustuse korraldamine.</p> <p>5. Suhtlus konverentsireklaami projektijuhtidega reklaamipartnerite korralduslike vajaduste asjus.</p> <p>6. Suhtlus tehnikaettevõtetega ning heli-, valguse-, video-, ja tõlketeenuse korraldamine.</p> <p>7. Konverentsipäeva korraldusmeeskonna planeerimine ja juhtimine.</p> <p>8. Konverentsi logistika planeerimine.</p> <p>9. Konverentsi osalejate tagasiside analüüsimine ja kokkuvõtete tegemine.</p>
Konverentsireklaami projektijuhid	<p>1. Suhtlus konverentsi potentsiaalsete reklaamipartneritega.</p> <p>2. Konverentsi reklaamipakettide väljatöötamine.</p> <p>3. Vastutus reklaamieelarve täituvuse eest.</p> <p>4. Suhtlus reklaamipartneritega.</p> <p>5. Reklaamipakettide kohustuse elluviimine.</p> <p>6. Reklaamipartnerite tehniline tugi konverentsi eel ja konverentsi ajal.</p> <p>7. Järelsuhtlus konverentsi reklaamipartneritega.</p>

Tabel 2.4 „Äriplaan 2017“ meeskonna tööjaotus

Meeskonna liige	Vastutusvaldkonnad
Eriprojektide müügijuht	1. Telemarketingi meeskonna moodustamine. 2. Telemarketingi tegevuste elluviimine.
Andmebaasihaldur	1. Müügiandmebaaside koostamine.
Äripäeva peatoimetaja	1. Nõuandev roll. 2. Vastavalt vajadusele potentsiaalsetele esinejatele ettepanekute tegemine. 3. Konverentsipäeva modereerimine. 4. Nõuandev roll majandustulemuste saavutamiseks.
Äripäeva peadirektor	1. Nõuandev roll. 2. Vastavalt vajadusele potentsiaalsetele esinejatele ettepanekute tegemine. 3. Konverentsipäeva modereerimine. 4. Nõuandev roll majandustulemuste saavutamiseks.
Äripäeva arendusdirektor	1. Nõuandev roll. 2. Nõuandev roll majandustulemuste saavutamiseks.
Finantskontroller	1. Eelarve täituvuse jälgimine. 2. Nõuandev roll majandustulemuste saavutamiseks.

Programmi juhtimine jagunes pooleks käesoleva töö autori ja konverentsi kaasprogrammijuhi vahel. Esinejad, kellelt sai nõusoleku esinemiseks autor, jäid autori kontaktideks ja vastutusalasse ning samamoodi kaasprogrammijuhiga. Autori peamine vastutusala oli konverentsi programmi- ja müügitegevuste juhtimine ja elluviimine. Konverentsi korraldamise intensiivseim aeg oli aprill-mai ja august-september. Aprill-mai oli intensiivne, sest

müügitegevuste tõttu tuli programm valmis saada. See survestas programmijuhte potentsiaalsetelt esinejatelt nõusolekut saama. Konverentsi müük algas aprillis ja programmijuhid alustasid esinejatega eelintervjuusid mais.

2.5. Eelarve ja selle täitmine

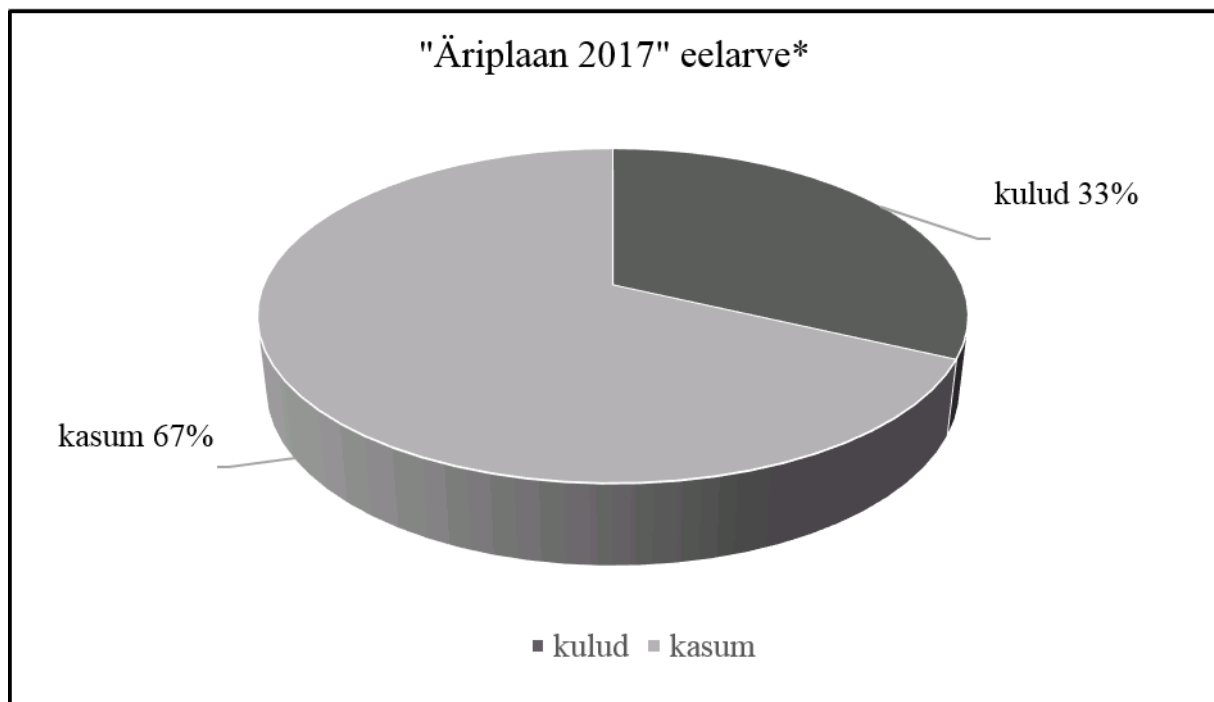
„Eelarve on detailne kava raha ja muude ressursside soetamiseks ning kasutamiseks teatud aja jooksul. Eelarvestamine on suunatud tulevikku ja on seega loogiliselt juhtimisarvestuse koostisosa.“ (Alver J. & Alver L. 2011, lk 244) Eelarve kalkuleeritakse eri kululiikide ja ülesannete lõikes” (Perens 2001, 171).

Eelarve koostamine annab võimaluse selgitada välja pakutava teenuse kulu ja kindlaks määrata planeeritavad tegevused. Eelarvestamine loob ka võimaluse kontrollida, kas ressursse kasutatakse nii, nagu oli planeeritud, ning kas on vaja teha muudatusi. Samuti aitab eelarvestamine paremini koostada aruandlust ja teha hinnanguid. (Granofi 2001, lk 78–79) Tähtis on ka see, et kõik projektiga seotud inimesed mõistaksid eelarves sisalduvate arvude tagamaid, et lahendada probleeme võimalikult efektiivselt (Knight, Thomas, Angus, 2003, lk 142).

Autor annab ülevaate „Äriplaani“ eelarve prognoosi tulude-kulude jaotusest, võrdleb eelarve prognoosi eelarve täituvusega, annab ülevaate eelarve tegelikust tulemist ja eelarvelisest erinevusest aasta varem toimunud konverentsiga.

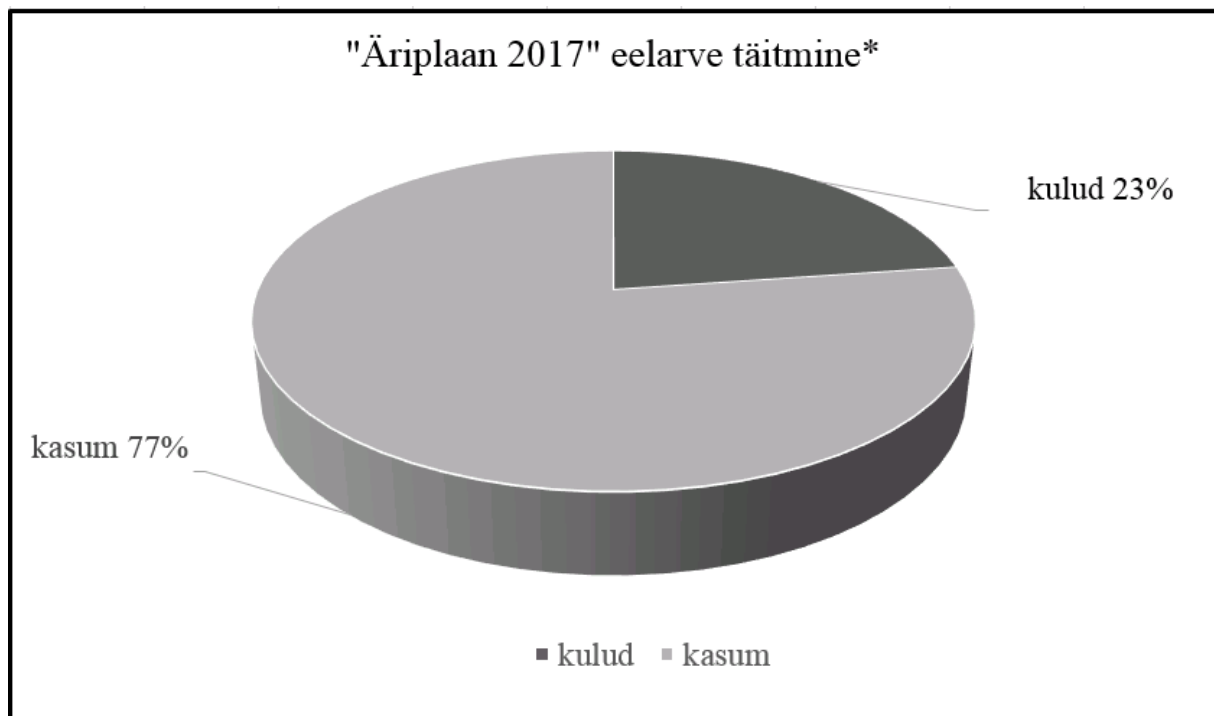
Autor rõhutab, et finantsülevaadetes ei kajastu „Äriplaani“ konverentsi meeskonna tööjõulukulud ja kaudsed kulud (nt transpordikulud, mis tekkisid esinejate intervjueerimisega). Äripäevas kehtib kokkulepe, et sündmuste eelarvetes ei kajastu Äripäeva töötajate tööjõukulud. Seega ei saa järgnevaid eelarvejooniseid vaadata kui projekti reaalsel lõpptulemust. „Äriplaani“ projektiga on igal aastal seotud suurusjärgus poolsada Äripäeva töötajat, kes suunavad vähemal või rohkemal määral oma tööaega „Äriplaani“ projekti.

„Äriplaani 2017“ eelarve koostamisel võeti eesmärgiks kasumi ja kulude suhe vastavalt 67% ja 33%. See teeb autori hinnangul „Äriplaani 2017“ konverentsist Äripäevale kasumliku projekti.



Joonis 2.1 Projekti eelarve. Märkus [1]. Kulud ilma personali- ja kaudsete kuludeta

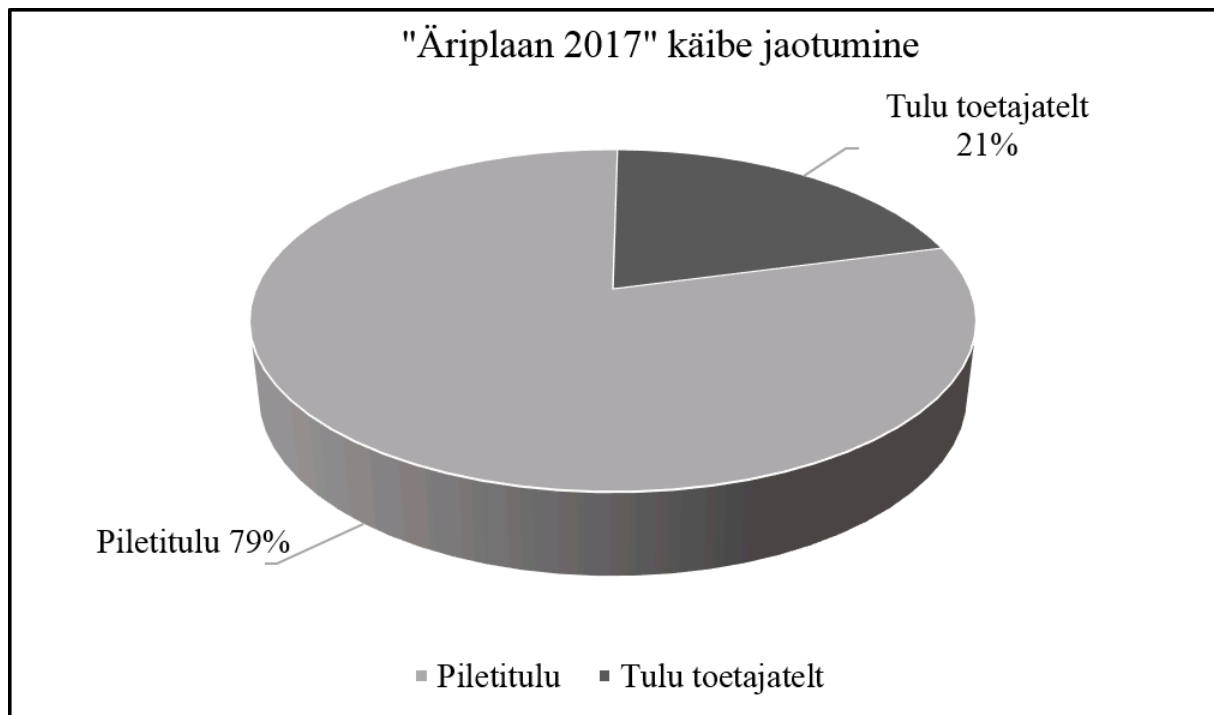
„Äriplaan 2017“ konverentsi eelarve rentaabluse eesmärk oli 67%. See tähendab, et planeeritud kogukäibest oli arvestatud kuludeks 33%. Projekti lõppfaasis eelarve tulusid ja kulusid võrreldes selgus, et projekti kogukäive oli plaanitust 9,8% väiksem, kulud 10% väiksemad, kuid kasum oodatust 2% suurem. „Äriplaan 2017“ konverentsi eelarve planeerimisel võeti eesmärgiks saada „Äriplaan 2016“ eelarvega võrreldes 14% käibekasvu ning 5% kasumikasvu.



Joonis 2.2 Projekti eelarve täitmine. Märkus [2]. Kulud ilma personali- ja kaudsete kuludeta

„Äriplaan 2017“ konverents oli oodatust tulutoovam – projekti lõppedes jaotus käibe kasumi ja kulude vahel vastavalt 77% ja 23%. Seatud eelarveeesmärgid ületati peamiselt tänu kulude vähendamisele.

Joonisel 2.3 kajastub „Äriplaan 2017“ laekunud tulude ehk käibe jaotumine piletitulu ja toetajate tulu vahel. Ostetud piletite tulu on 58% suurem, kui toetajatelt laekunud tulu. Autor soovib järgmiste „Äriplaani“ konverentside korraldamisel leida võimalusi suurendada toetajatelt laekuvat tulu, sest konverentsil on väärt sihtgrupp – ettevõtete omanikud ja tippjuhid, kes langetavad oma firmade finantsotsuseid ja kellele võivad toetajate pakutavad tooted ja teenused olla igapäevatööks vajalikud.

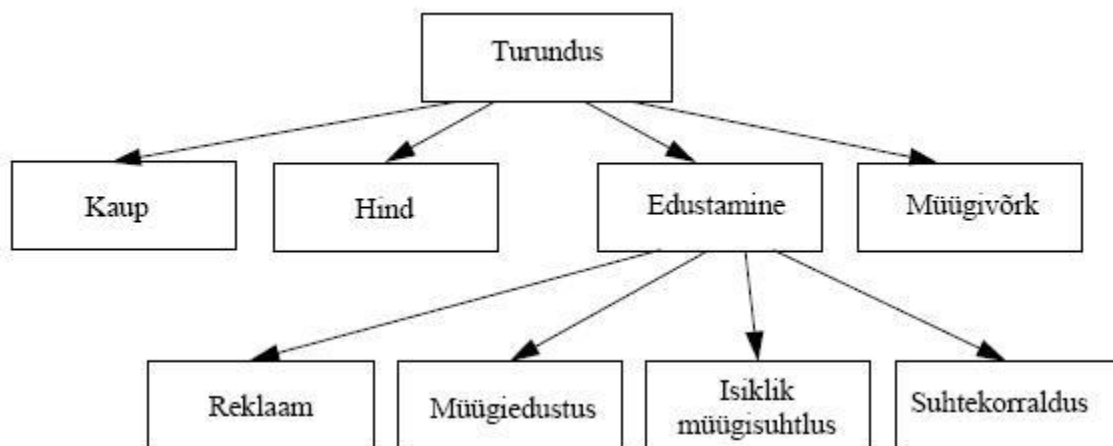


Joonis 2.3 „Äriplaan 2017“ käibe jaotumine

Autor soovib järgmise „Äriplaani“ konverentsi korraldamisel suunata rohkem tähelepanu ka piletikäibe laekumisele, et ei tekiks olukorda, kus mõnel osalejal on konverentsi toimumise päevaks veel osalustasu maksmata. Lisaks soovib autor leida võimaluse, et ka järgmiste „Äriplaani“ konverentside korraldamisel olla sama kuluefektiivsed.

2.6. Turundus ja reklaam

Selleks, et toodet või teenust kasumlikult müüa, on vaja turundust. Turundustegevuste planeerimisel on seepärast ka kultuurisündmuse korraldamisel väga oluline osa. Turundust on aja jooksul defineeritud mitmeti, näiteks P. Kotler väidab nii: „Turundus on kõik see, mida firma võtab ette leidmaks ja säilitamiseks tarbijaid“ (Vihalem 2003, lk 9). Väitega soovib Kotler öelda, et turundus on paljude osategevuste kogum (ibid). Allpool on autor välja toonud ühe võimaliku variandi turunduse jagunemisest erinevateks meetmeteks.



Joonis 2.4 Turunduskompleks (Allikas: Roose 2002, lk 25)

Turundust käsitlevates allikates on meetmeid nimetatud erinevalt. Siiski põhineb nende jaotus peamiselt J. McCarthy teooriale, mille järgi koosneb turundus 4 osast:

- 1) toode (*produkt*)
- 2) hind (*price*)
- 3) turustus (*place*)
- 4) toetus (*promotion*) (Vihalem 2003, lk 40).

Eelneval joonisel vastab tootele kaup, hind on sama, turustusele müügivõrk ja toetusele edustus. Reklaam on osa toetusmeetmestikust. „Reklaami põhiroll turunduses on teadvustada ostjale, et tema vajaduste ja soovide rahuldamiseks on turul teatud kohal ja ajal kindlate eriomaduste ja hinnaga kaup.“ (Roose 2002, lk 20)

Otsesuhtlemine on kõige tulemuslikum turundusviis, mille on teinud hõlpsalt võimalikuks internet. Otsesuhtlemise üks võimalus on meiliturundus. (Aavik 2010) „Otseturunduse eesmärk on teenida ettevõttele kasumit, müües teenuseid olemasolevatele ja võimalikele klientidele tõhusa isikliku suhtlusega. Otseturundus tähendab klientidega suhete loomist ja säilitamist, vahetut suhtlust, suunamist tegutsemisele (ostmine, tarbimine), kiiret tagasisidet ja põhineb sihtrühma andmebaasil.“ (Vihalem 2008, lk 127–128)

Autor keskendub vaid avalikkusele suunatud turundustegevustele ega avalda Äripäeva täpseid turunduskanaleid, -strateegiaid ja turundusvõimekust. Kuna „Äriplaani“ ja Äripäeva lugejate sihtgrupid kattuvad (juhid ja ettevõtlikud inimesed), on üks viis „Äriplaani“ sihtgruppe informeerida Äripäeva väljaannete kaudu, kirjutades asjassepuutuvaid artikleid. Autor ja

„Äriplaani“ kaasprogrammijuhid tegid kõikide esinejatega intervjuud, mis ilmusid enne „Äriplaani“ konverentsi ajavahemikus mai–september. Intervjuud ilmusid Äripäeva väljaannetes: neid oli võimalik lugeda Äripäeva paberväljaandest ja veebist, kuulata „Äripäev eetris“ raadiost ja vaadata video kujul. Lisaks ilmusid Äripäeva paberväljaandes iga esineja kohta reklaam (vt lisa 2) ning ka üldreklaam (vt lisa 3). Veebireklaami kasutati ühel korral – www.aripaev.ee veebis *welcome banner*’ina (vt lisa 4).

2.7. Riskianalüüs

Riskianalüüsiga selgitatakse välja, millised ohud võivad tekkida ja kui palju need projekti mõjutaksid. Riski suurust hinnatakse tagajärje raskuse ja kahju tekkimise tõenäosuse suhtes (Peil 2012, lk 11). Tegelikult võivad sündmuse korraldamisel riskid olla seotud ka meeskonna liikmete tegevuse või tegevusetusega, toitlustusteenuse pakkujaga, rahvahulkade juhtimisega, turvalisuse ja transpordiga (Yeoman, Robertson, Ali-Knight, Drummond, McMahon-Beattie 2009, lk 292). Sündmuse korraldamine võib kaasa tuua sotsiaalseid, majanduslikke ja keskkondlikke riske, probleemid võivad olla seotud näiteks sündmuse eelarvest ja ajagraafikust kinnipidamise ja turundustegevusega (Bladen *et al.* 2012, lk 202). Olemuselt on riskianalüüs tegevus, kus korraldaja hindab tegureid, mis võivad inimesi ohustada, teiste sõnadega tuleb analüüsida kõike, mis võib minna valesti. (Bladen *et al.* 2012, lk 202)

„Äriplaani“ korraldamise eel projektile riskianalüüsi ei koostatud. Käesolevat tööd kirjutades püüab autor, olles ühtlasi ka 2017. aastal toimuva „Äriplaani“ konverentsi juhi rollis, siiski põgusa riskianalüüsi kirja panna.

Järgnevas tabelis toob autor välja, millised on ohud, mis võinuks mõjutada „Äriplaani“ konverentsi toimumist. Lisaks võib tabelist näha nende esinemise tõenäosust ja nende mõjule antud hinnangut ning tegevusi ohtude ennetamiseks ja nendega tegelemiseks. Hinnangute andmiseks kasutas autor skaalat 1–3, kus 1 = madal; 2 = kõrge; 3 = väga kõrge. Tabel asub leheküljel 27.

Tabel 2.5 „Äriplaan 2017“ riskianalüüs

Oht	Tõenäosus/mõju	Tegevused ohu ennetamiseks ning tekkimise korral ohu likvideerimiseks
Ettevõtja otsustab kokkuleppest taganeda ja mitte esineda	2/3	Programmijuhid on konverentsi korraldusaja vältel esinejaga pidevas suhtluses, et esinejat toetada ja näha ette olukordi, mis võivad panna esineja ettekandest loobuma. Kui esineja otsustab siiski loobuda, saab kasutada asendusesinejat, pikendada teiste esinejate lavaaega või koostada esineja eelintervjuu põhjal videomaterjali, mida ettekande asemel näidata.
Eelarveesmärgid ei täitu	1/3	Eelarvestamise juures on Äripäeva finantskontroller, kelle oskused aitavad seda ohtu maandada. Kasutatakse erinevaid müügitegevusi. Proovitakse vähendada kulusid.
Samal päeval toimub „Äriplaaniga“ konkureeriv sündmus	1/3	Pärnu Juhtimiskonverents toimub kevadel ja Nordic Business Forumi toimumiskuupäev avalikustatakse aasta enne toimumist.
Korraldusmeeskonna liige haigestub	3/2	Ülesanded tuleb hajutada, meeskonna liikmed hoida infoväljas, teha tööülesannete üleandmine võimalikult täpseks (esinejate kontaktide vahetamine jmt).
Moderator haigestub	3/3	Olukorra tekkimisel modereerib päeva vaid üks moderator. Leida teiseks moderaatoriks Äripäeva ajakirjanik.

Riskianalüüsist jättis autor välja ohud, mida ei ole võimalik ette näha (sõjad, suurõnnetused, looduskatastroofid jm).

2.8. „Äriplaani“ sotsiaalmajandusliku mõju analüüs

„Äriplaani“ mõju kajastub ennekõike „Äriplaani“ osalejate ja esinejate otsuste langetamises. On raske mõõta või võrrelda, kas „Äriplaani“ pileti ostnu oleks oma ettevõtte äriotsuseid langetanud teistmoodi, kui ta poleks konverentsil osalenud. Autori hinnangul peitub „Äriplaani“ mõju ka selles, et see toimus 2016. aastal juba 18. korda – järelikult on sihtgruppidel selle järele nõudlus ja seda peetakse konverentsiks, kus on oluline oma ettevõtte plaane jagada ja teiste omi kuulata. Autor väidab, et kui „Äriplaani“ osaleja firma on edukas ja „Äriplaani“ osaleja saab vähemalt ühe idee, mida oma ettevõttes rakendada, on sellega võimalik Eesti majandusele kasvu juurde anda ning seeläbi ühiskonna heaolu tõsta.

„Äriplaani 2017“ konverentsi programmitöid on saanud tagasisidet, et ettevõtjad on konverentsi esinejate ettekannetest saanud ideid, kuidas oma ettevõtte äriplaani koostada, kuhu investeerida ja kuidas töötajate palgasüsteemi arendada. Üks „Äriplaani 2017“ konverentsi esineja teatas, et esinemine tõi tema ettevõtte juba konverentsipäeval koostööettepanekuid. Autor järeldeb, et konverentsil on selge majanduslik mõju. Konverents mõjutas ka toetajate majandustulemusi, kuna autorile teadaolevalt said toetajad „Äriplaani 2017“ konverentsi osalejate seast endale uusi partnereid.

2.9. „Äriplaani“ – külastatavus ja tulevik

Äripäeva sündmuste andmebaasi andmetel on „Äriplaani“ osalejate arv muutunud aastatel 2012–2016 (k.a) järgnevalt:

- 635 osalejat (2012. aasta)
- 648 osalejat (2013. aasta)
- 671 osalejat (2014. aasta)
- 618 osalejat (2015. aasta)
- 613 osalejat (2016. aasta).

Osalejate stabiilne suurusjärk lubab järeldeb, et konverentsil on kujunenud kindel külastajaskond ja nõudlus sellise konverentsi järele püsib. Autor leiab, et nüüd ja edaspidi on konverentsi eelised võimalus suhelda ärieliidiga ja saada ettevõtete majandusplaanide kohta

infot otse omaniku käest. Seega on oluline, et programmis astuks kõnelejatena üles ettevõtete omanikud, mitte töötajad. Konkureerides Pärnu Juhtimiskonverentsi ja Nordic Business Forumiga eristab just see „Äriplaani“ konkurentidest ja aitab hoida positsiooni.

3. REFLEKSIOON

„Äriplaan 2017“ kulges plaanipäraselt. Laval astus üles 11 ettevõtjat, majandusminister ja Eesti Panga president. Saalis oli 613 osalejat, mis oli küll 5 võrra vähem kui aasta varem, kuid nii suure osalejate arvu juures on see marginaalne vahe.

„Äriplaani“ majanduslikud eesmärgid täitusid täies mahus, kasum oli suurem kui eesmärgiks seatud. Korralduses ühtegi ületamatut ja ootamatut takistust ei tekkinud. Konverentsi korraldus oli ladus ja tõrgeteta. Suurim ootamatus oli olukord, kus hetkeks kõlas ettekannete ajal koridorist saali puurimist, kuid korraldusjuht reageeris kiiresti ja palus müra lõpetada. Autor usub, et see on ilmekas näide Äripäeva konverentside korraldajate võimekusest ja professionaalsusest.

Osalejate tagasiside oli positiivne. Tagasisidelehe küsimusele „Kas soovitate konverentsi?“ vastas 97% jaatavalt.

Konverentsil esinejad andsid samuti positiivset tagasisidet, tuues esile programmijuhtide ja moderaatorite põhjalikkust ettevalmistuse ajal. Väljavõtte esineja tagasisidest pärast konverentsi:

„Südamest sooviksin tänada Sind ja Sinu meeskonda võimaluse eest osaleda „Äriplaani“ konverentsil, samuti tänada teid teie professionaalse juhendamise ja abi eest! Minu jaoks oli see väga arendav. Üllatas see, kui palju te teete ettevalmistavad tööd ja kuidas suunate esinejaid mõtlema läbi enda ettekannet ja esitlust ning sügavamalt analüüsima majanduslikku taustsituatsiooni ja -infot. Samuti olid mu partnerid ja kolleegid tänulikud, et mul oli võimalus tutvustada meie ettevõtete gruppi. Suur pluss meie ettevõtete grupile on olnud teiste osalejate tagasiside ja minu poole on pöördunud erinevate koostööpakkumistega. Seda võiksite kindlasti nimetada plussina ka uutele esinejatele järgmistel aastatel.“

Autor kui „Äriplaan 2017“ projektijuht, müügijuht, kaasprogrammijuht ja samal ajal ka Äripäeva konverentside toimetuse juht, saab tulemusega vaid rahul olla. Täidetud said

„Äriplaani“ juhtgrupiga ühiselt võetud majanduslikud eesmärgid ja ka isiklikult seatud eesmärgid mitte teha aasta varasema konverentsiga võrreldes majanduslikult nõrgemat tulemust. Kuna „Äriplaani 2017“ eelarve eesmärk ületati, osalejate tagasiside oli parem kui aasta varem ning konverentsi eelkajastus põhjalikum, võib tulemusega rahul olla ja saadud kogemusi ka „Äriplaani 2018“ konverentsi korraldades silmas pidada.

Autor soovib järgnevatel aastatel:

- 1) Jätkata lavakoolitusega, kus läbitakse esinejatega lavakõne baasteadmised ja antakse ka esineja ettekande esitamisele tagasisidet, mis aitab neil olla „Äriplaani“ laval enesekindlam ja ladusam.
- 2) Kavandada müügitegevusi täpsemalt – planeerida esinejate intervjuude ilmumisaaja järgi ka müüki.
- 3) Kutsuda osalema tudengeid, kellest saavad tulevikus ettevõtete juhid, omanikud, investorid. See toetaks konverentsi jätkusuutlikkust. Et seda saavutada, tuleb pakkuda tudengitele erihinda.

Autori jaoks oli korraldamise juures kõige raskem see, et 2016. aasta aprillis edutati ta Äripäeva konverentside toimetust juhtima. See tähendas, et noor juht pidi olema paljude ettevõtmiste juht, suutma fookust eri projektide vahel hajutada, kuid olema siiski terav. Autor ei olnud varem „Äriplaani“ korraldusmeeskonnas olnud, mis tegi sündmuse planeerimise keerulisemaks. Küll aga saab esile tuua „Äriplaani“ meeskonda kuulunud kolleegide tööd, üksteise toetamist, motiveerimist ja tunnustamist. Ka kolleegid Äripäevas, kes otseselt meeskonda ei kuulunud, pidasid mõnel korral vajalikuks avalikult tunnustada, kiita ja poolehoidu avaldada. Eriline austus kuulub Äripäeva peatoimetajale Meelis Mandelile ja peadirektorile Igor Rõtovile, kes, olles korraldaja otsesed juhid, olid äärmiselt toetavad ja abivalmid. Nii peatoimetaja kui ka peadirektor käisid korduvalt programmijuhtide juures juttu vestmas ja seda kui kolleegid, mitte ülemuse rollis.

Teine suurem väljakutse oli esinejate intervjuerimine. Enne Äripäeva tööle asumist ei olnud autor ühtegi intervjuud teinud ega saanud ka ajakirjanduslikku koolitust. Tagantjärele saab öelda, et mugavustsoonist välja astumine on õpetlik: olukorrale tuleb läheneda kui professionaal ja anda endast parim. Motiveerivaim oli sealjuures aukartus esinejate ees – autor andis endast parima, et ettevõtjate aega võimalikult efektiivselt ära kasutada ja Äripäeva väljaannetele kvaliteetset sisu toota, vaatamata sellele, et puudus majandus- või ajakirjandusalane haridus ja kogemus.

Autor õpib enda hinnangul kõige paremini läbi kogemuse ja on Äripäeva kolleegidele tänulik vastutusrikaste ülesannete andmise eest.

KOKKUVÕTE

Loov-praktiline lõputöö annab ülevaate Äripäeva iga-aastasest majanduskonverentsist „Äriplaan“. Töö käigus analüüsiti Äripäeva kui organisatsiooni ja „Äriplaani“ korraldusmeeskonna meeskonnatööd, korraldusprotsessi, eelarvet, turundustegevusi ja konverentsi perspektiivi. Lisaks anti ülevaate konverentsi mõjust osalejatele ja esinejatele.

Töö kolmas osa oli autori kui projekti- ja programmi- ning müügijuhi refleksioon, mis tõi esile korraldaja nõrkused ja tugevused ning lubas sõnastada ettepanekud tulevasteks konverentsideks.

„Äriplaan“ on juhtidele ja omanikele suunatud pika ajalooga konverents, mille programm koosneb ettekannetest ja arutlusringidest. Majanduskonverents „Äriplaan“ toimus 2016. aastal 18. korda. Laval kõneles oma ettevõtte äriplaanist ja ootustest majanduskeskkonnale 11 Eesti kapitalil põhineva ettevõtte suuromanikku. Riigi äriplaanist andis ülevaate tollane majandus- ja taristuminister Kristen Michal ning finantsprognoosi esitas Eesti Panga direktor ja Euroopa Keskpanga nõukogu liige Ardo Hansson. Konverentsil osales 613 inimest.

„Äriplaani“ konverentsi juhi roll andis autorile võimaluse rakendada kõike seni korraldustöös õpitut. Töö Äripäevas ja „Äriplaani“ juures andis võimaluse juhtida eelarvet, kus ühe konverentsil osaleja pääse maksis sama palju, kui oli mõne varem korraldatud kolmanda sektori projekti kogueelarve. Autori jaoks on töö Äripäevas ja „Äriplaani“ juures olnud karjääri suurim väljakutse, mis annab julgust innustada kõiki erialakaaslast mugavustsoonist välja astuma, et testida oma võimekuse ja oskuste piire.

KASUTATUD ALLIKAD

Alas, R. 2008. *Juhtimise alused*. Tallinn: Kirjastus Külim.

Alver, A. & Alver, L. 2011. *Majandusarvestus ja rahandus. Leksikon. A-L*. Tallinn: Tallinna Raamatutrükikoda.

Bladen, C., Kennell, J., Abson, E., Wilde, N. 2012. *Events Management. An introduction*. New York: Routledge.

Bonnier. Business to Business. Conferences.

<https://bonnierbusinesspress.wordpress.com/products/conferences/> (18. 05 2017)

Brooks, I. 2006. *Organisatsioonikäitumine. Üksikisik, rühm ja organisatsioon*. Tallinn: Tallinna Raamatutrükikoda.

Granof, M. H. 2001 Government and Not-for-profit Accounting. Concepts and Practices. New York: John Wiley & Sons.

Heller, R. 2000. *Meeskonna juhtimine*. Koolibri

History. Nordic Business Forum.

<http://www.nbforum.com/history/> (15.05.2017)

Knigt, J., Thomas, R., Angus, B., Case., J. 2013. Kasumlik Projektijuhtimine. Äripäev.

Kreegimägi, K. 2010. *Organisatsiooniõpetus*. <http://organisatsioon.weebly.com/index.html> (8. 05 2017)

Kust me tuleme? Pärnu Konverentsid. <http://www.konverentsid.ee/firmast> (11.05.2017)

Kuusik, A., Virk, K., Aarna, K., Sepp, L., Seppo, M., Mehine, T. & Prinsthal, I. 2010. Teadlik turundus. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.

Leimann, J. Skärvad, P-H. Teder, J. 2003. *Strateegiline juhtimine*. Tallinn: Kirjastus Külim

Mäger, M. 2014. *Strateegiline planeerimine ja arengukava koostamine*. Loengukonspekt. (8.05.2017).

Peil, M. 2012. *Riskianalüüsi käsiraamat*. Tallinn: Ten-Team

Perens, A. 2001. *Projektijuhtimine*. Tallinn: Kirjastus Külim.

Roose, N. 2002. *Reklaam turunduses*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus

Siimon, A. Türk, K. 2003. *Juhtimine*. Tartu: Tartu Ülikooli kirjastus.

Tamm, E. Hullus või reaalsus? Nordic Business Forum – maailma mõjuvõimsamaks ärifoorumiks aastaks 2021! <http://www.director.ee/hullus-voi-reaalsus-nordic-business-forum-maailma-mojuvoimsamaks-arifoorumiks-aastaks-2021/> (11.05.2017)

Vadi, M. 2000. *Organisatsioonikäitumine*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.

Vihalem, A. 2003. *Turunduse alused*. Tallinn: Külim.

Eds. Yeoman, I., Robertson, M., Ali-Knight, J., Drummond, S., McMahon-Beattie, U. *Festival and Events Management. An international arts and culture perspective*. 2009. Amsterdam: Elsevier.

„Äriplaan 2017“ eriväljanne <http://www.aripaev.ee/assets/pdf/EA2661105.PDF> (17.05 2017)

Äripäeva e-pood <https://pood.aripaev.ee/> (17.05 2017)

Äripäeva organisatsioonireform. Äripäeva intranet (15.05 2017)

Äripäeva veeb <http://firma.aripaev.ee/meeskond/> (18. 05 2017)

LISAD

Lisa 1. Konverentsi üldreklaam. Ilmunud Äripäeva paberlehes

28. septembril 2016 Nordea Kontserdimajas

MAJANDUSKONVERENTS

**Äriplaan
2017**

Mõjuvõimsad, autoriteetsed ja aktiivsed Eesti ettevõtjad räägivad oma ootustest ja hirmudest 2017. aasta eelarve koostamisel.

Konverentsil esinevad:

Värske TOP 100 võitja, Adcash juht
Nortali omanik
Transpordiettevõtja
Kaubandusärlmees
Astri Grupi osanik
EFTEN Capitali juht
Etalon Varahalduse osanik
klirestri kasvava SRC Grupi osanik ja juht
Investor ja ettevõtja
ACE Logistics Grupi osanik
Advokaadibüroo SORAINEN asutaja ja juht
Eesti Panga president
Majandus- ja taristuminister

Thomas Padovani
Priit Alamäe
Hugo Osula
Jüri Vips
Eve Kirs
Viljar Arakas
Mikk Talpsepp
Hannes Lilp
Jüri Möis
Karli Lambot
Aku Sorainen
Ardo Hansson
Kristen Michal

Konverentsi soodushind registreerimisel kuni 31.08.2016 **549 eurot** (km-ga 658,8 eurot),
tavahind **599 eurot** (km-ga 718,8 eurot)

Registreerimine veebis www.ariplan2017.aripaev.ee või telefonil 5688 6344 Marili Niidumaa

Korraldaja:
Äripäev

Toetajad:
Green Fuel Energy, Ülemiste City, Noorus SPA, Olympic Casino, Krediidinfo,
Erp Monitor Systems, Moller Auto, Altia Eesti, Coca-Cola Hellenic, Dipri, Telia Eesti

Lisa 2. „Äriplaani“ esineja reklaam, ilmunud Äripäeva paberlehes

28. septembril 2016 Nordea Kontserdimajas

MAJANDUSKONVERENTS

Äriplaan 2017

Mõjuvõimsad, autoriteetsed ja aktiivsed Eesti ettevõtjad räägivad oma ootustest ja hirmudest 2017. aasta eelarve koostamisel.

“Mina ei tegele selle valdkonnaga,
kus ei ole võimalik töötajale väarikat palka maksta.”

Hugo Osula

Transpordiettevõtja



Konverentsil esinevad:

Raul Kirjanen Aasta ärimees 2015, Graanul Invest omanik

Jüri Möis Investor ja ettevõtja

Viljar Arakas ERREN Capital juht

Jüri Vips Kaubandusriimes

Eve Kirs Astril Grupi osanik

Thomas Padovani Värske TOP 100 võitja, AdCash juht

Mikk Talpsepp Etalon Varahalduse osanik

Hannes Lilp Kõigest kasvava SRC Groupi osanik ja juht

Priit Alamäe Nortal omanik

Karli Lambot ACE Logistics Groupi osanik

Aku Sorainen Advokaadibüroo SORAINEN asutaja ja juht

Ardo Hansson Eesti Panga president

Kristen Michal Majandus- ja taristuminister

Konverentsi soodushind registreerimisel kuni 31.08.2016 **549 eurot** (km-ga 658,8 eurot),
tavahind **599 eurot** (km-ga 718,8 eurot)

Registreerimine veebis www.ariplaan2017.aripaev.ee või telefonil 5688 6344 Marili Niidumaa

Korraldaja:

Äripäev

Toetajad:

Green Fuel Energy, Ülemiste City, Noorus SPA, Olympic Casino, Krediidinfo,
Erp Monitor Systems, Moller Auto, Altia Eesti, Coca-Cola Hellenic, Dipri, Telia Eesti

28. septembril Nordea Kontserdimajas

39

MAJANDUSKONVERENTS

Äriplaan 2017

Registreerinud on juba
600 osalejati!

Kui seda konverentsi ei oleks,
tuleks see välja mõelda!

HOIUKASSAN
Veikko Aaltonen

ASIAKAS
Eve Kius

INVESTITSI
Juri Mois

ALUSTUS
Kari Lambo

ASIAKAS
Rauli Kirjanen

INVESTITSI
Pritti Alanne

INVESTITSI
Hugo Osala

INVESTITSI
Thomas Padovani

Korraldaja: **Äripäev**

Toetajad: Green Fuel Energy, Ulemiste City, Noorus SPA, Olympic Casino, Krediidinfo, Eip Monitor Systems, Moller Auto, Altia Eesti, Coca-Cola Hellenic, Dippi, Tella Eesti

Konverentsi hind **599 eurot** (km- ga 718,8 eurot)

Lisa 3. Äripäeva veebis ilmunud *welcome-banner*

SUMMARY

This creative-practical thesis gives an overview of the annual economic conference Äriplaan, organised by the financial newspaper Äripäev. The author analysed Äripäev as an organising organisation, its organisational process, budgeting, marketing activities and future perspective for the Äriplaan conference. The author then gave an overview of the effects the conference had on its participants and presenters, based on their feedback. In the last chapter of the thesis, the author conducted a self-analysis as a head of the project, program and sales by bringing out the main weaknesses and strengths as well as suggestions for upcoming Äriplaan conferences.

Äriplaan“ is targeted at managers and stakeholders and has a long history. The conference Äriplaan took place for the 18th time in 2017. The program of the conference had 11 major stakeholders from Estonian capital-based companies who shared their companies' business plans and expectations for the economic environment; Kristen Michal, a former Minister of Economic Affairs and Infrastructure, gave an insight to the state's financial planning and a financial forecast was introduced by Ardo Hansson, a Chairman of the Bank of Estonia and a board member of European Central Bank. The conference had 613 participants.

The managing position for the conference gave the author an opportunity to test the limit of their personal skills, knowledge and capabilities as well as to utilise their previous experiences in management. Working in Äripäev and on the Äriplaan conferences has given the author an opportunity to manage budgets, which is larger than some of their previous third sector projects have had – the entrance fee for the conference constitutes the whole budget for some third sector projects. For the author it has been a great honour and the biggest challenge of their career to work in Äripäev and managing the Äriplaan conference, therefore the author encourages fellow students to step out of their comfort zones in order to test the limits of their capabilities and competences.

LIHTLITSENTS

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, **Marili Niidumaa**, sünnikuupäev 17. mai 1993

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose

„Majanduskonverents „ÄRIPLAAN 2017“, mille juhendaja on Jana Karilaid,

1.1. reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;

1.2. üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.

2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.

3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Viljandis, 5. juunil 2017